

SKRIPSI

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN STRUKTUR KEPEMILIKAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG LISTING DI BEI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral Convrensif
Sarjana Lengkap Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*



Oleh :

MUCHTAR KUSUMA ARIFIN

NIM. 10673004923

JURUSAN AKUNTANSI

Program S1

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2010**

ABSTRAK

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN STRUKTUR KEPEMILIKAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG LISTING DI BEI

Oleh: Muchtar Kusuma Arifin
10673004923

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan dan struktur kepemilikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility – CSR) pada perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia. Tanggung jawab sosial perusahaan meliputi tema lingkungan, tema energi, tema kesehatan dan keselamatan kerja, tema lain-lain tenaga kerja, tema produk, tema keterlibatan masyarakat, dan tema umum.

Populasi penelitian ini adalah 139 perusahaan yang terdaftar sebagai perusahaan manufaktur sesuai pengklasifikasian ICMD 2009. sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan metode purposive sampling sehingga diperoleh sampel sebanyak 20 perusahaan selama 3 tahun penelitian. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 17.00.

Hasil analisis regresi yang dilakukan menunjukkan bahwa, pada pengujian secara parsial variabel ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan variabel struktur kepemilikan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kata kunci : *Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, ukuran perusahaan dan struktur kepemilikan.*

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Pembatasan Permasalahan	8
D. Tujuan	9
E. Manfaat Penelitian	9
D. Sistematika Penulisan	10
 BAB II TELAAH PUSTAKA	
A. Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial	12
B. Pengungkapan	14
C. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	18
D. Review Penelitian Terdahulu	24
E. Pandangan Islam Terhadap CSR	25

F. Hipotesis Penelitian	30
G. Model Penelitian	33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Populasi, Sampel, dan Unit.....	34
B. Jenis dan Sumber Data.....	36
C. Pengukuran Variabel.....	37
D. Uji Normalitas Data	43
E. Uji Asumsi Klasik.....	43
F. Pengujian Hipotesis	45
G. Analisis Data	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Hasil Penelitian	49
B. Statistik Deskriptif Variabel.....	56
C. Metode Analisis Data.....	57
1. Uji Normalitas Data	57
2. Uji Asumsi Klasik.....	58
a). Uji Autokorelasi.....	58
b). Uji Heterokedastisitas	59
c). Uji Multikolinearitas	60

D. Analisis Regresi Linier Berganda	61
E. Uji Hipotesis dan Pembahasan.....	63
1. Hasil Uji Parsial (Uji T)	63
2. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	66
3. Koefisien Determinasi	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keberadaan perusahaan didalam masyarakat dapat memberikan aspek yang positif dan negatif. Di satu sisi, perusahaan menyediakan barang dan jasa yang diperlukan oleh masyarakat, namun disisi lain tidak jarang masyarakat yang mendapatkan dampak buruk dari aktivitas bisnis perusahaan. Banyak kasus ketidakpuasan publik yang bermunculan, baik yang berkaitan dengan pencemaran lingkungan, perlakuan tidak adil kepada pekerja, penyalahgunaan wewenang, keamanan dan kualitas produk, serta eksploitasi besar-besaran terhadap energi dan sumber daya alam yang menyebabkan kerusakan alam.

Tujuan sebuah organisasi atau perusahaan pada umumnya adalah mencari laba (*profit oriented*). Namun seiring dengan perkembangan zaman, tujuan tersebut mengalami pergeseran. Adanya tuntutan dari masyarakat pengguna hasil-hasil produksi perusahaan, membuat perusahaan mengubah orientasi tujuannya, bukan lagi hanya mengejar laba tetapi bagaimana masyarakat memberikan pengakuan terhadap eksistensi perusahaan. Dari aspek ekonomi, perusahaan diharapkan mendapatkan keuntungan yang setinggi-tingginya. Namun apabila ditinjau dari aspek sosial, perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat yaitu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungannya. Para investor juga memiliki kecenderungan menanamkan modalnya pada perusahaan yang mempunyai standar tinggi untuk mengatasi

masalah-masalah sosial yang dihadapi oleh perusahaan dan mengungkapkan informasi sosial maupun lingkungan hidup (Zuhroh dan Sukmawati, 2003).

Keterkaitan perusahaan dengan daerah lingkungan sosialnya menuntut dipenuhinya pertanggungjawaban sosial perusahaan (*corporate social responsibility* – CSR). Dengan CSR perusahaan diharapkan dapat meningkatkan perhatian terhadap lingkungan, kondisi tempat kerja, hubungan perusahaan masyarakat, investasi sosial perusahaan, dan citra perusahaan yang baik di mata publik.

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan suatu mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 didalam Anggraini, 2006).

Isu pengungkapan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) mulai ada sejak tahun 1960-an, ketika tingkat kesejahteraan dan level pendidikan mulai meningkat serta diikuti dengan meningkatnya pluralisme dan individualisme. Hal ini menimbulkan anggapan bahwa organisasi bisnis harus memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial. Kelompok-kelompok kepentingan sosial meminta tanggungjawab perusahaan yang lebih besar berkaitan dengan masalah-masalah sosial seperti ekologi, hak minoritas, pendidikan, keamanan dan kesehatan (Parker, 1986 ddalam Joice Fernando Siahaan, 2009). Pengungkapan informasi sosial perusahaan merupakan suatu cara bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan kepada *stakeholder* maupun masyarakat bahwa

perusahaan memberikan perhatian pada pengaruh sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan.

Melalui konsep Elkington mengemukakan bahwa perusahaan yang ingin terus menjalankan usahanya harus memperhatikan 3P yaitu *profit*, *people* dan *planet*. Perusahaan yang menjalankan usahanya tidak dibenarkan hanya mengejar keuntungan semata (*profit*), tetapi mereka juga harus terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*), dan berpartisipasi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Standar akuntansi keuangan di Indonesia belum mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial terutama informasi mengenai tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan, akibatnya yang terjadi di dalam praktik perusahaan hanya dengan sukarela mengungkapkannya (Anggraini, 2006). Perusahaan akan mempertimbangkan biaya dan manfaat yang akan diperoleh ketika mereka memutuskan untuk mengungkapkan informasi sosial. Bila manfaat yang akan diperoleh dengan pengungkapan informasi tersebut lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan untuk mengungkapkannya maka perusahaan akan dengan sukarela mengungkapkan informasi tersebut (Anggraini, 2006).

Beberapa penelitian mengaitkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan faktor-faktor seperti, ukuran perusahaan dan struktur kepemilikan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap

masyarakat secara keseluruhan (Hackson dan Milne, 1996 didalam Sembiring, 2005).

Seiring berkembangnya perubahan lingkungan, peran akuntansi sebagai bagian dari dunia usaha dituntut untuk merespon perkembangan yang terjadi dengan dimunculkannya pemikiran akuntansi pertanggungjawaban sosial. Akuntansi pertanggungjawaban sosial merupakan salah satu bentuk nyata dari bukti tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sosial atas pemanfaatan sumber daya yang telah memberikan kontribusi terhadap kelangsungan aktivitas perusahaan. Selain itu Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang dikeluarkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), sebagaimana tertulis dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 1998) paragraph kesembilan secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah lingkungan dan sosial. Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Pernyataan PSAK tersebut merupakan bentuk kepedulian akuntansi akan masalah-masalah sosial yang merupakan wujud pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Sesuai dengan teori agensi, perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang besar mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan (Hidayat, 2007). Pengungkapan informasi yang lebih

luas ini mencakup pengungkapan sosial perusahaan. Selain itu, perusahaan yang besar umumnya juga lebih dikenal masyarakat, sehingga informasi sosial yang diungkapkan perusahaan besar akan lebih banyak dan lebih mudah diperoleh investor daripada perusahaan kecil (Sembiring, 2005).

Diantara penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang positif signifikan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan yaitu [Hackston dan Milne (1996), Sembiring (2003;2005), Hidayat (2007), Nesia (2008), dan Andriani (2008)]. Sedangkan Anggraini (2006) menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara kedua variabel tersebut. Hossain, *et al* (2006) didalam Andriani (2008), melakukan penelitian terhadap perusahaan yang listing di Dhaka Stock Exchange periode 2002-2003. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Dalam beberapa penelitian diatas, terlihat bahwa adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian yang menghubungkan ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut yang menghubungkan kedua variabel tersebut.

Berbagai penelitian yang terkait dengan pengungkapan sosial menunjukkan keanekaragaman hasil. Keanekaragaman tersebut disebabkan oleh model yang dikembangkan dan sampel serta periode waktu dimana penelitian dilakukan. Hal ini menyebabkan penelitian yang dilakukan tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan Belkoui dan Karpik (1989) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan *log of net sales* berpengaruh positif signifikan

terhadap pengungkapan sosial dengan menggunakan 23 sampel perusahaan di Amerika. Hackstone dan Milne (1996) di dalam Joice Fernando Siahaan (2009) melakukan penelitian terhadap perusahaan-perusahaan di New Zealand dengan menggunakan 50 perusahaan. Ukuran perusahaan yang dilakukan diukur dengan *market capitalization*, *sales*, dan *total assets*.

Hasil penelitian yang diungkapkan oleh Gray et. Al. (1998) dalam Anggraini (2006), yang mengungkapkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara struktur kepemilikan yang dimiliki oleh manajemen dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yaitu semakin besar kepemilikan manajemen dalam perusahaan maka semakin produktif dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan citra perusahaan meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) mendukung penelitian yang dilakukan oleh Gray et. Al (1998) dalam Anggraini (2006) yang menunjukkan bahwa struktur kepemilikan yang dimiliki oleh manajemen berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan sosial. Yuliansyah dan Yenny Megawati (2007) berhasil menunjukkan bahwa struktur kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap tingkat keluasan pengungkapan laporan keuangan (*indeks disclosure*). Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2003) menunjukkan bahwa kepemilikan saham oleh publik berpengaruh negatif terhadap pengungkapan sosial. Begitu juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Novita dan Chaerul D. Djakman (2008) menemukan hasil bahwa struktur kepemilikan asing

termasuk kepemilikan asing Eropa dan *United State* tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggungjawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta pada tahun 2006). Adanya hasil empiris terdahulu yang beragam dan masih kontradiktif serta masih sedikitnya penelitian tentang pengungkapan sosial pada perusahaan di Indonesia, maka peneliti lebih lanjut dan komprehensif mengenai pengungkapan sosial masih perlu dilakukan.

Beberapa penelitian diatas yang menghubungkan faktor-faktor ukuran perusahaan, dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan masih menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Karena itu, penelitian lebih lanjut masih perlu dilakukan. Hal inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian lanjut dengan judul :

“Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing di BEI”.

Penelitian ini merupakan hasil modifikasi penelitian yang dilakukan oleh Faradilla (2009). Namun penelitian ini berbeda secara keseluruhan dengan penelitian yang dilakukan oleh Faradilla (2009).

Pengungkapan variabel dependen pada penelitian ini mengikuti pengukuran yang dilakukan oleh Hacston dan Milne (1996) dalam Joice Fernando (2009), yaitu menggunakan kategori Lingkungan, Energi, Tenaga Kerja, Produk, Keterlibatan Masyarakat, dan Umum, yang kemudian itemnya disesuaikan dengan peraturan Bapepam No. VIII G 2. Peneliti memilih instrumen pengukuran ini

karena instrumen ini telah banyak digunakan peneliti lain untuk mengukur CSR Indeks, seperti Sitinjak (2008), Martini (2008) dan Nesia (2008).

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini telah dipersempit, yakni hanya Ukuran Perusahaan, ditambah dengan Struktur Kepemilikan Perusahaan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial masih menunjukkan perbedaan, sehingga perlu dilakukan penelitian kembali untuk membuktikan apa yang mempengaruhi hal tersebut.

Dengan demikian rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?
2. Apakah struktur kepemilikan perusahaan berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan ?

C. Pembatasan Permasalahan

1. Variabel-variabel yang diduga mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dibatasi hanya pada ukuran perusahaan dan struktur kepemilikan. Hal ini dikarenakan keterbatasan waktu dan kemampuan peneliti.
2. Jenis industri yang digunakan dalam penelitian ini adalah industri manufaktur.

3. Periode penelitian menggunakan tahun 2006-2008 yang tercantum dalam ICMD 2009.

D. Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mendapatkan bukti empiris bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Untuk mendapatkan bukti empiris bahwa struktur kepemilikan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat meningkatkan wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai masalah pertanggungjawaban sosial perusahaan terutama di Indonesia.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi untuk penelitian selanjutnya serta bahan masukan yang bermanfaat bagi banyak pihak yang ingin mempelajari tentang hal-hal yang dapat mempengaruhi pertanggungjawaban sosial perusahaan.

3. Bagi Investor

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi serta pertimbangan dalam menentukan perusahaan yang akan diinvestasikan, dilihat

dari resiko yang akan ditimbulkan apabila tidak melaporkan informasi akuntansi pertanggungjawaban sosial.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan ini, peneliti membagi bahasan penelitian dalam 5 (lima) bab yang merangkum latar belakang masalah hingga kesimpulan dan saran dalam penelitian ini.

Adapun pokok bahasan yang disajikan pada tiap bab adalah sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, hasil penelitian terdahulu, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan berbagai teori yang mendasari penelitian serta hipotesis penelitian.

Bab III : Metode Penelitian

Pada bab ini peneliti menguraikan tentang metodologi yang digunakan dalam penelitian, populasi dan sampel yang digunakan, jenis dan sumber data, teknik dan metode pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukurannya, serta analisis data yang digunakan.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini peneliti memaparkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menguraikan, menganalisis, dan mengevaluasi hasil penelitian tersebut.

Bab V : Kesimpulan dan Saran

Bab terakhir dari penulisan penelitian ini berisi kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian, keterbatasan, serta saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

A. Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial

1. Defenisi Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial

Hingga saat ini belum ada keseragaman dalam penetapan istilah akuntansi pertanggungjawaban sosial. Menurut Matthews (1993) didalam Nesia (2008), akuntansi pertanggungjawaban sosial (*social responsibility accounting*) meliputi sub disiplin pengungkapan aspek keuangan dan non keuangan (yang disebut *sustainability reporting*), kualitatif dan non kualitatif, informasi tentang aktivitas perusahaan.

Sedangkan menurut Anggraini (2006), akuntansi pertanggungjawaban sosial dapat didefenisikan sebagai proses seleksi variabel-variabel kinerja sosial tingkat perusahaan, ukuran dan prosedur pengukuran yang secara sistematis mengembangkan informasi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kinerja sosial perusahaan dan mengkomunikasikan informasi tersebut kepada kelompok sosial yang tertarik, baik didalam maupun diluar perusahaan.

Dari beberapa pendapat diatas, maka dapat dinyatakan bahwa akuntansi pertanggungjawaban sosial merupakan segala aktivitas dan proses serta penilaian terhadap segala bentuk kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan alamiah dan sosial sekitar, sehingga pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan bisa ikut terlibat dalam proses tersebut (Nesia, 2008).

2. Tujuan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial

Tujuan akuntansi pertanggungjawaban sosial menurut Hendriksen (2003) didalam Nazar (2008) adalah untuk memberikan informasi yang memungkinkan memberi pengaruh kepada kegiatan perusahaan terhadap masyarakat serta dapat dievaluasi.

Ramathan (1976), didalam Nazar (2008) menguraikan tiga tujuan dari akuntansi sosial, yaitu :

1. Mengidentifikasi dan mengukur kontribusi sosial netto periodik suatu perusahaan, bukan hanya manfaat dan biaya sosial yang diinternalisasikan ke perusahaan, namun juga timbul dari eksternalitas yang mempengaruhi segmen-segmen sosial yang berbeda.
2. Membantu menentukan apakah strategi dan praktek perusahaan yang secara langsung mempengaruhi relatifitas sumber daya dan status individu. Masyarakat dan segmen-segmen sosial memiliki hubungan konsisten dengan prioritas sosial yang diberikan secara luas pada satu pihak dan aspirasi individu pada pihak lain.
3. Memberikan secara optimal informasi yang relevan tentang tujuan, kebijakan, program, strategi, dan kontribusi suatu perusahaan terhadap tujuan-tujuan sosial perusahaan kepada semua kelompok sosial.

3. Klasifikasi Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial

Matthews (1993) didalam Hidayat (2007) mengemukakan klasifikasi akuntansi pertanggungjawaban sosial sebagai berikut :

1. Akuntansi pertanggungjawaban sosial (*social responsibility accounting*)

Akuntansi pertanggungjawaban sosial meliputi: pengungkapan aspek keuangan dan non keuangan, kualitatif dan non kualitatif, serta informasi tentang aktifitas perusahaan. Tujuan akuntansi pertanggungjawaban sosial ini adalah untuk mengungkapkan item-item individual yang memiliki dampak sosial.

2. *Total impact accounting*

Total impact accounting meliputi pengukuran seluruh biaya yang ditanggung oleh perusahaan akibat operasi perusahaan yang dijalankan, baik biaya privat maupun biaya pabrik.

3. *Socio-economic accounting*

Ilmu ini dipergunakan untuk mengevaluasi kegiatan-kegiatan yang didanai oleh masyarakat, baik menggunakan ukuran-ukuran finansial maupun non finansial, biasanya digunakan dalam sektor manufaktur.

4. *Social indicator accounting*

Ilmu ini digunakan untuk mengukur aktivitas dalam skala makro, indikator-indikator yang disusun dipergunakan untuk pengambilan keputusan mengukur pencapaian tujuan.

5. *Societal accounting*

Ilmu ini bertujuan untuk memotret hubungan akuntansi dengan lingkungannya. Hubungan tersebut sangat tergantung pada budaya setempat.

B. Pengungkapan

1. Defenisi Pengungkapan

Menurut Hendriksen (2003), pengungkapan merupakan penyajian informasi yang diperlukan untuk operasi optimal pasar modal yang efisien.

Suwardjono (2005) didalam Andriani (2008) membagi defenisi pengungkapan menjadi dua bagian, yaitu defenisi secara umum dan defenisi dalam arti sempit. Secara umum, pengungkapan adalah konsep, metode, dan media untuk menyampaikan informasi akuntansi kepada pihak yang berkepentingan. Dalam arti sempit, pengungkapan adalah penyampaian informasi lain yang relevan lebih dari apa yang termuat dalam laporan keuangan pokok.

Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*), merupakan pengungkapan informasi yang wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan

pada peraturan atau standar tertentu, dan ada juga yang bersifat sukarela (*valuntary*), yang merupakan pengungkapan informasi yang melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku (Mirfazli dan Nurdiono, 2007).

2. Tujuan Pengungkapan

Secara umum, tujuan pengungkapan adalah untuk menyajikan informasi yang dianggap perlu demi tercapainya tujuan pelaporan keuangan, sehingga dapat melayani kebutuhan pengguna laporan-laporan keuangan yang berbeda-beda.

Securities Exchange Comission (SEC) di dalam Mirfazli dan Nurdiono (2007) mengklasifikasikan tujuan pengungkapan menjadi dua, yaitu :

1. *Protective disclosure*, yang dimaksud sebagai upaya perlindungan terhadap investor.
2. *Informative disclosure*, yang bertujuan memberikan informasi yang layak kepada pengguna laporan.

Sedangkan menurut Belkaoui (2000) didalam Hidayat (2007), tujuan pengungkapan ada enam, yaitu:

1. Untuk menjelaskan item-item yang diakui dan untuk menyediakan ukuran yang relevan bagi item-item tersebut, selain ukuran dalam laporan keuangan.
2. Untuk menjelaskan item-item yang belum diakui dan untuk menyediakan ukuran yang bermanfaat bagi item-item tersebut.
3. Untuk menyediakan informasi yang dapat membantu investor dan kreditor dalam menentukan rasio dan item-item potensial untuk diakui dan yang belum diakui.

4. Untuk menyediakan informasi penting yang dapat digunakan oleh pengguna laporan keuangan untuk membandingkan antar perusahaan.
5. Untuk menyediakan informasi mengenai aliran kas dan kas keluar di masa mendatang.
6. Untuk membantu investor dalam menetapkan return dan investasinya.

3. Kuantitas Informasi yang Seharusnya Diungkapkan

Karakteristik kualitatif laporan keuangan merupakan ciri khas yang membuat informasi dalam laporan keuangan berguna bagi pemakai. PSAK (2004) menyatakan bahwa ada empat karakteristik kualitatif pokok yang harus dimiliki oleh laporan keuangan, yaitu :

1. Dapat Dipahami

Kualitas penting informasi yang terdapat dalam laporan keuangan adalah kemudahan untuk segera dapat dipahami oleh pemakai. Maksudnya, pemakai diasumsikan memiliki pengetahuan yang memadai tentang aktivitas ekonomi dan bisnis, akuntansi, serta kemauan untuk mempelajari informasi dengan ketekunan yang wajar.

2. Relevansi

Informasi memiliki kualitas relevan jika dapat mempengaruhi keputusan ekonomi pemakai dengan membantu pemakai mengevaluasi peristiwa masa lalu, masa kini atau masa depan, menegaskan atau mengoreksi hasil evaluasi pemakai di masa lalu.

3. *Keandalan*

Informasi memiliki kualitas andal jika bebas dari pengertian yang menyesatkan, kesalahan material, dan dapat diandalkan pemakainya sebagai penyajian yang tulus atau jujur (*Faithful Representation*) dari yang seharusnya disajikan atau yang secara wajar diharapkan disajikan.

a. Penyajian Jujur

Agar dapat diandalkan, informasi harus menggambarkan dengan jujur transaksi serta peristiwa lainnya yang seharusnya disajikan atau yang secara wajar dapat diharapkan untuk disajikan.

b. Substansi mengungguli bentuk

Jika informasi dimaksudkan untuk menyajikan dengan jujur transaksi serta peristiwa yang lain yang seharusnya disajikan, maka peristiwa tersebut perlu dicatat dan disajikan sesuai dengan substansi dan realitas ekonomi dan bukan hanya bentuk hukumnya.

c. Netralitas

Informasi harus diarahkan pada kebutuhan umum pemakai dan tidak tergantung pada kebutuhan pemakai dan keinginan pihak tertentu. Tidak boleh ada usaha untuk menyajikan informasi yang menguntungkan beberapa pihak, sementara hal tersebut sangat merugikan pihak lain yang mempunyai kepentingan yang berlawanan.

d. Pertimbangan sehat

Mengandung unsur kehati-hatian pada saat melakukan perkiraan dalam kondisi ketidakpastian, sehingga aktiva atau penghasilan tidak dinyatakan terlalu tinggi dan kewajiban atau beban tidak dinyatakan terlalu rendah.

e. Kelengkapan

Agar dapat diandalkan, informasi dalam laporan keuangan harus lengkap dalam batasan materialitas dan biaya.

4. *Dapat diperbandingkan*

Pemakai harus dapat memperbandingkan laporan keuangan perusahaan antar periode untuk mengidentifikasi kecenderungan (*trend*) posisi dan kinerja keuangan. Pemakai juga harus dapat memperbandingkan laporan keuangan antar perusahaan untuk mengevaluasi posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan secara relatif.

C. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

1. Pengertian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Secara teoretik, tanggung jawab sosial perusahaan dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *strategic stakeholders*nya, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja dan operasinya. Menurut Darwin (2004) didalam Anggraini (2006), pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

Ekkyanshah (2008) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab sosial perusahaan kepada *stakeholdernya*. *Stakeholders* perusahaan meliputi karyawan, kreditur, pelanggan, pemasok, maupun masyarakat sekitar wilayah operasi perusahaan tersebut.

Dari beberapa pendapat diatas, maka dapat penulis simpulkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah suatu proses komunikasi informasi dari perusahaan kepada khalayak (*stakeholders*) mengenai aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungannya baik sosial maupun fisik.

2. Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Hackston dan Milne, 1996 didalam Sembiring, 2005). Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), diluar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham.

3. Teori yang Digunakan

Beberapa teori yang mendasari perusahaan untuk melaksanakan pengungkapan sosial yaitu (Cunningham, 2000) :

- a. *Political Economy Theory*, tidak hanya fokus kepada kepentingan ekonomi dan pemaksimalan kesejahteraan yang dilakukan perusahaan,

melainkan juga menjelaskan mengapa perusahaan perlu merespon setiap *public pressure* terhadap informasi mengenai dampak sosial.

- b. *Stakeholder Theory*, mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh *stakeholder*. Perusahaan berusaha mencari pembenaran dari *stakeholder* dalam menjalankan operasi perusahaan. Semakin kuat posisi *stakeholder*, semakin kuat pula kecenderungan perusahaan untuk mengadaptasikan dirinya sesuai dengan keinginan *stakeholder*. Dalam hal ini, pengungkapan sosial harus dianggap sebagai wujud dialog antara manajemen dengan *stakeholder*.
- c. *Legitimacy Theory*, menjelaskan bahwa suatu kondisi atau status yang terjadi manakala sistem nilai suatu entitas sesuai dengan sistem nilai dari sistem sosial yang lebih besar yang merupakan bagian dari entitas tersebut. Sehingga, apabila terjadi perbedaan dari kedua sistem nilai tersebut akan dapat mengancam legitimasi entitas itu sendiri.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan pengungkapan yang bersifat sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan bersifat sukarela karena perusahaan tidak diwajibkan dalam regulasi untuk mengungkapkannya. Kesadaran perusahaan akan hal ini diperlukan dengan perluasan tanggungjawab perusahaan yang tidak hanya terbatas pada pemegang saham, tetapi juga pada permasalahan-permasalahan sosial dan lingkungan hidup.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan dalam laporan yang disebut *Sustainability – Reporting* (SR) (Anggraini, 2006). Untuk mendukung upaya SR ini, pada tahun 1997 dibentuk suatu organisasi *Global Reporting*

Initiative (GRI). GRI ini mempunyai misi sebagai lembaga yang merancang, mengembangkan, dan menyebarluaskan pedoman penerapan SR.

Sustainability Reporting (SR) adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan penduduknya didalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

GRI telah mengeluarkan *Sustainability Reporting Guideliness* tahun 2002 yang membuat beberapa tema pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Tema-tema tersebut adalah :

a. Tema Lingkungan Hidup

Tema ini meliputi aspek lingkungan dari proses produksi, yang meliputi pengendalian populasi dalam menjalankan operasi bisnis, pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat pemrosesan sumber daya alam dan konservasi sumber daya alam.

b. Tema Energi

Tema energi meliputi aspek menggunakan energi sebaik mungkin. Pengungkapan pada tema energi ini membahas penggunaan energi tersebut serta kebijakan energi perusahaan.

c. Tema Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja

Tema Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja ini meliputi dampak kesehatan dan keselamatan tenaga kerja yang ditimbulkan dari kegiatan berproduksi.

d. Tema Ketenagakerjaan

Tema ini dapat meliputi dampak aktivitas perusahaan pada orang-orang dalam perusahaan tersebut. Aktivitas tersebut meliputi rekrutmen, program pelatihan, gaji dan tunjangan, mutasi dan promosi, dan lainnya.

e. Tema Produk dan Konsumen

Tema ini melibatkan aspek kualitatif suatu produk atau jasa antara lain kegunaan, pelayanan, kepuasan pelanggan, kejujuran dalam beriklan, dan sebagainya.

f. Tema Keterlibatan Masyarakat

Tema ini mencakup aktivitas kemasyarakatan yang diikuti oleh perusahaan, seperti aktivitas yang terkait dengan kesehatan, pendidikan dan seni, serta pengungkapan aktivitas kemasyarakatan lainnya.

g. Tema Umum

Tema Umum ini meliputi tujuan atau kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat dan segala informasi yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan.

Tabel II.1
Indikator Kinerja dalam Sustainability Reporting
Menurut Sustainability Reporting Guideliness yang dikeluarkan oleh GRI
Tahun 2002

	Kategori	Aspek
Lingkungan dan Umum	Dampak ekonomi secara langsung	<ul style="list-style-type: none"> - Pelanggan - Pemasok - Karyawan

		<ul style="list-style-type: none"> - Penyedia dana atau investor - Sektor publik
Energi	Lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> - Matahari - Energi - Air - Biodiversity - Emisi dan limbah - Pemasok - Produk dan jasa - Ketaatan terhadap peraturan - Transportasi - Keseluruhan lingkungan
Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja	Pekerjaan dan Kerja	<ul style="list-style-type: none"> - Pekerjaan - Hubungan perusahaan dengan tenaga kerja - Kesehatan dan keselamatan kerja - Pelatihan dan pendidikan - Penyebaran dan kesempatan tenaga kerja
Ketenagakerjaan	Hak Asasi Manusia	<ul style="list-style-type: none"> - Strategi dan manajemen - Tidak adanya diskriminasi - Kebebasan untuk membentuk serikat pekerja - Tenaga kerja anak-anak - Kekuatan dan kewajiban tenaga kerja - Penegakan disiplin - Keamanan - Hak pribumi
Kemasyarakatan	Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> - Komuniti - Perilaku terhadap korupsi - Pengaruh politik terhadap perusahaan - Kompetisi dan penentuan harga
Produk	Tanggung jawab terhadap produk	<ul style="list-style-type: none"> - Kesehatan dan keselamatan konsumen - Produk dan jasa - Iklan - Penghormatan terhadap privasi pelanggan

Sumber : Media Akuntansi, Edisi 47, hal. 13 tahun 2004

D. Review Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Diantara penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang positif signifikan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu [Hackston dan Milne (1996), Sembiring (2003;2005), Hidayat (2007), Nesia (2008), dan Andriani (2008)]. Sedangkan Anggraini (2006) menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara kedua variabel tersebut. Hossain, *et al* (2006) didalam Andriani (2008), melakukan penelitian terhadap perusahaan yang listing di Dhaka Stock Exchange periode 2002-2003. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

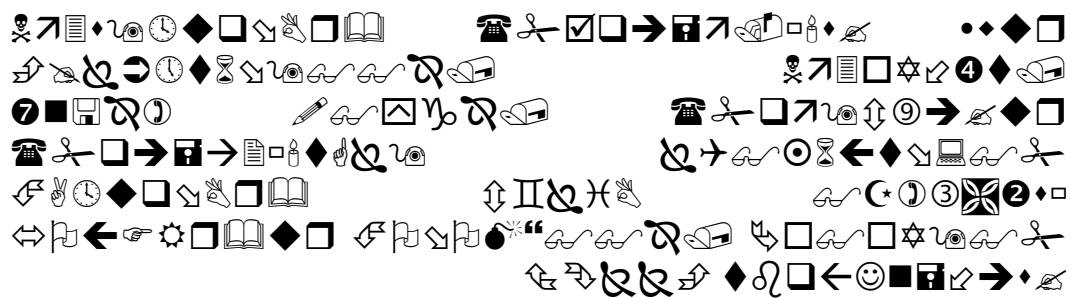
Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) mendukung penelitian yang dilakukan oleh Gray *et. Al* (1989) yang menunjukkan bahwa struktur kepemilikan yang dimiliki oleh manajemen berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan sosial. Yuliansyah dan Yenny Megawati (2007) berhasil menunjukkan bahwa struktur kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap tingkat keluasan pengungkapan laporan keuangan (*indeks disclosure*). Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2003) menunjukkan bahwa kepemilikan saham oleh publik berpengaruh negatif terhadap pengungkapan sosial. Begitu juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Novita dan Chaerul D. Djakman (2008) menemukan hasil bahwa struktur kepemilikan asing termasuk kepemilikan asing Eropa dan *United State* tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggungjawab sosial yang dilakukan

oleh perusahaan-perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta pada tahun 2006). Penelitian-penelitian sebelumnya masih menunjukkan hasil yang kontradiktif. Adanya hasil empiris terdahulu yang beragam dan masih kontradiktif serta masih sedikitnya penelitian tentang pengungkapan sosial pada perusahaan di Indonesia, maka peneliti lebih lanjut dan komprehensif mengenai pengungkapan sosial masih perlu dilakukan.

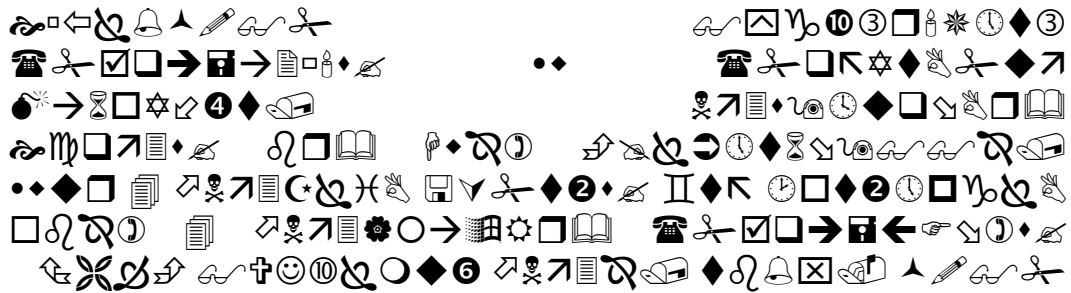
E. Pandangan Islam Terhadap CSR

Bisnis Islami ialah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang atau jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.

Dalam hal ini Allah berfirman di dalam Surat Al Baqarah : 188 dan An Nisaa' : 29 :



*“Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu Mengetahui.
(Al Baqarah : 188)”*



“Larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, Karena umat merupakan suatu kesatuan. (An Nisaa’ : 29)”

Etika bisnis Islam sebenarnya telah diajarkan Nabi Saw. saat menjalankan perdagangan. Karakteristik Nabi Saw. sebagai pedagang adalah, selain dedikasi dan keuletannya juga memiliki sifat shidiq, fathanah, amanah dan tabligh. Ciri-ciri itu masih ditambah Istiqamah. Shidiq berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai yang diajarkan Islam.

Istiqamah atau konsisten dalam iman dan nilai-nilai kebaikan, meski menghadapi godaan dan tantangan. Istiqamah dalam kebaikan ditampilkan dalam keteguhan, kesabaran serta keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal. Fathanah berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala yang menjadi tugas dan kewajibannya. Sifat ini akan menimbulkan kreatifitas dan kemampuan melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat. Amanah, tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan ihsan (kebajikan) dalam segala hal. Tablig, mengajak sekaligus memberikan contoh

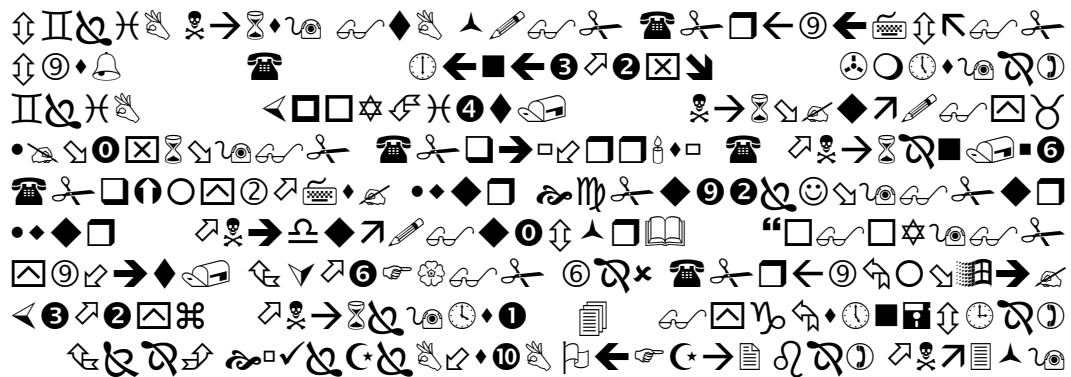
kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan sifat-sifat tersebut, dalam konteks *corporate social responsibility* (CSR), para pelaku usaha atau pihak perusahaan dituntut besikap tidak kontradiksi secara disengaja antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Mereka dituntut tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi), selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan berbohong. Pelaku usaha atau pihak perusahaan harus memiliki amanah dengan menampilkan sikap keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan ihsan (berbuat yang terbaik) dalam segala hal, apalagi berhubungan dengan pelayanan masyarakat. Dengan sifat amanah, pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk mengamalkan kewajiban-kewajibannya. Sifat tablig dapat disampaikan pelaku usaha dengan bijak (hikmah), sabar, argumentatif, dan persuasif akan menumbuhkan hubungan kemanusiaan yang solid dan kuat.

Para pelaku usaha dituntut mempunyai kesadaran mengenai etika dan moral, karena keduanya merupakan kebutuhan yang harus dimiliki. Pelaku usaha atau perusahaan yang ceroboh dan tidak menjaga etika, tidak akan berbisnis secara baik sehingga dapat mengancam hubungan sosial dan merugikan konsumen, bahkan dirinya sendiri.

Hal ini pula yang secara tegas tercantum dalam Al-Quran. Berikut adalah petikan yang bersumber pada Surat al-A'raf ayat 85:

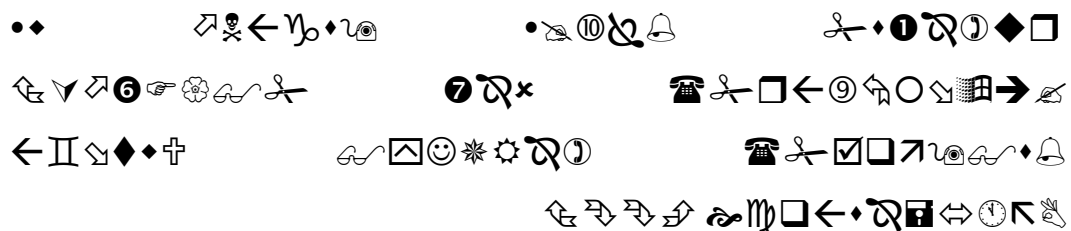




“Dan (Kami Telah mengutus) kepada penduduk Mad-yan saudara mereka, Syu'aib. ia berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada Tuhan bagimu selain-Nya. Sesungguhnya Telah datang kepadamu bukti yang nyata dari Tuhanmu. Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang-barang takaran dan timbangannya, dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi sesudah Tuhan memperbaikinya. yang demikian itu lebih baik bagimu jika betul-betul kamu orang-orang yang beriman" (Al A'raaf : 85).

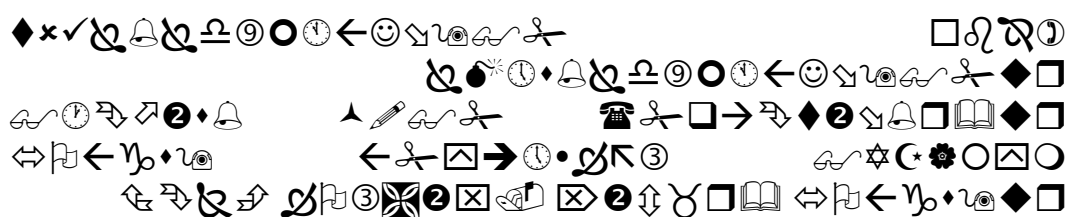
Begitu pula dengan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan sumber daya alam. Dengan pengetahuan maksimal perusahaan terhadap CSR, maka seharusnya alam dianggap sebagai pemangku kepentingan yang relevan. Alam dapat dianggap sebagai pihak yang dipengaruhi oleh dan memengaruhi kinerja perusahaan. Dengan daya dukung lingkungan, maka perusahaan dapat beroperasi demi pencapaian tujuan finansial. Dan sebaliknya, ketidakmampuan daya dukung lingkungan akan berpengaruh terhadap pencapaian finansial korporasi. Aktivitas mengubah bentang alam demi memperoleh sumber daya alam seharusnya diikuti dengan kompensasi sosial dan fisik yang berimbang disertai perencanaan memadai dalam memperhitungkan kebutuhan sumber daya alam generasi mendatang.

Perhatian atas sumberdaya alam direpresentasikan minimal sekitar 95 ayat dalam Al-Quran. Salah satunya Surat Al-Baqarah ayat 11:



"Dan bila dikatakan kepada mereka: "Janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi". mereka menjawab: "Sesungguhnya kami orang-orang yang mengadakan perbaikan." (Al Baqarah : 11)"

Selain itu, isu perhatian sosial juga menjadi catatan tersendiri dalam studi CSR dan juga hadir dalam nilai-nilai Islam. Kepedulian perusahaan terhadap masyarakat local tergambar dalam aktivitas seperti pengakuan atas hak ulayat, keterbukaan informasi kegiatan perusahaan terhadap masyarakat (*prior informed consent*), maupun kegiatan pengembangan masyarakat dan kegiatan filantropi. Aktivitas kepedulian sosial tersebut diamanahkan dalam Surat Al-Hadid ayat 18:



"Sesungguhnya orang-orang yang bersedekah, pria dan wanita, dan meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik, niscaya akan dilipatgandakan kepada mereka; dan bagi mereka pahala yang banyak." (Al Hadiid : 18)"

Oleh karena itu, dengan mempelajari CSR (sebagai salah satu alternatif) disertai dengan berbagai teknis pelaksanaannya secara menyeluruh, maka

seharusnya manusia Indonesia tidak perlu gagap menghadapi gelombang globalisasi. Mempelajari CSR secara utuh dan disandingkan dengan kebijakan nilai-nilai Islam dapat menghasilkan sinergi nyata bagi manusia Indonesia untuk menjawab tantangan gelombang globalisasi dan pencapaian keseimbangan *triple bottom line* di muka Bumi. Dan banyak pihak telah mengamini bahwa pencapaian keseimbangan *triple bottom line* hanya bias terealisasi dengan komitmen kolaborasi kemitraan tiga pihak (*tri-sector partnership*, negara-korporasi-masyarakat sipil) secara sungguh-sungguh dan proporsional.

F. Hipotesis Penelitian

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan adanya beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial, seperti Ukuran Perusahaan dan Struktur Kepemilikan. Berikut ini adalah penjelasannya :

1. Ukuran Perusahaan dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan, seperti yang dilakukan dalam penelitian Sembiring (2003, 2005), Anggraini (2006), Hidayat (2007), Andriani (2008), dan Nesia (2008).

Sesuai dengan teori agensi, perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut (Hidayat, 2005). Disamping itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Nesia, 2008). Perusahaan yang besar umumnya juga lebih dikenal

masyarakat, sehingga informasi sosial yang diungkapkan perusahaan besar akan lebih banyak dan lebih mudah diperoleh investor daripada perusahaan kecil (Sembiring, 2003).

Sembiring (2005) melakukan penelitian dengan menggunakan sampel perusahaan yang listing di BEJ seperti tercantum dalam *Indoensian Capital Market Directory* 2002. Dalam penelitiannya, Sembiring menggunakan variabel ukuran perusahaan yang dihubungkan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dan hasil penelitiannya menunjukkan adanya hubungan yang positif signifikan antara kedua variabel tersebut.

Hidayat (2007) juga memasukkan variabel ukuran perusahaan kedalam penelitiannya yang menggunakan sampel semua jenis perusahaan yang terdaftar pada *Indoensian Capital Market Directory* (ICMD) tahun 2006, dan menemukan hubungan yang positif signifikan juga terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Seperti halnya dengan Sembiring (2005) dan Hidayat (2007), Andriani (2008) juga memasukkan variabel ukuran perusahaan yang dikaitkan dengan tingkat pengungkapan informasi lingkungan. Tetapi Andriani (2008) menggunakan kriteria sampel yang berbeda, yaitu semua perusahaan yang terdaftar di BEJ periode 2003-2006, serta tergolong perusahaan rawan lingkungan yang diklasifikasikan oleh PROPER. Hasilnya Andriani (2008) menemukan hubungan yang positif signifikan juga terhadap pengungkapan informasi lingkungan.

Dari penjelasan diatas, dapat diketahui bahwa kebanyakan penelitian mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan hal tersebut penulis membuat hipotesis sebagai berikut :

H₁ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Struktur Kepemilikan dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Mello dan Pearson (Faradilla, 2009) bahwa struktur kepemilikan sangat penting dalam menentukan nilai perusahaan. Terdapat dua aspek kepemilikan yang perlu dipertimbangkan yaitu kepemilikan oleh pihak luar dan kepemilikan oleh pihak dalam. Struktur kepemilikan yang dimiliki oleh manajemen dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yaitu semakin besar kepemilikan manajemen dalam perusahaan maka semakin produktif dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Pemilik dari pihak luar dianggap berbeda dengan manajer, dimana kecil kemungkinannya pemilik dari pihak luar untuk terlibat dengan urusan bisnis perusahaan sehari-hari (Niehaus, 1989).

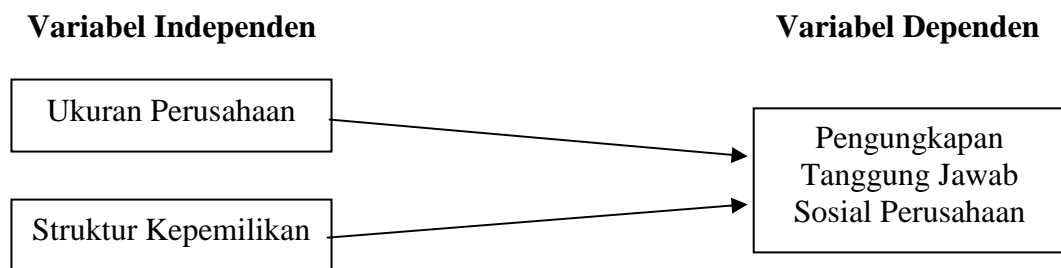
Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan citra perusahaan meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut, Anggraini (2006). Berbeda dengan kepemilikan saham oleh publik berpengaruh negatif terhadap pengungkapan sosial. Berdasarkan hal tersebut penulis membuat hipotesis sebagai berikut :

H₂ : Struktur kepemilikan (*ownership structure*) berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

G. Model Penelitian

Untuk lebih menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini, berikut digambarkan model penelitiannya :

Gambar II.1
Model Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Populasi, Sampel, dan Unit

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Indriantoro dan Supomo, 2002:115). Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2006-2008 serta tergolong perusahaan manufaktur sesuai pengklasifikasian *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) 2009, yaitu sebanyak 138 perusahaan.

Penggunaan perusahaan industri manufaktur yang tercatat di BEI sebagai populasi karena perusahaan industri manufaktur melakukan pelaporan informasi akuntansi pertanggungjawaban sosial lebih banyak dibandingkan industri non-manufaktur (Tuti Sri Wedari, 2005 didalam Nazar, 2008).

Teknik pengambilan sampel yang dipergunakan adalah *purposive random sampling*, yaitu metode pengumpulan anggota sampel dimana peneliti memiliki tujuan atau target tertentu dalam memilih sampel secara tidak acak (Indriantoro dan Supomo, 2002:131). Untuk penerapan *purposive random sampling* ditetapkan kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan harus berjenis industri manufaktur, sesuai dengan pengklasifikasian *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) 2009.
2. Perusahaan tersebut terdaftar di BEI selama tahun 2006-2008, dan telah mempublikasikan *annual report* selama 3 tahun berturut-turut, periode 2006-2008 dan dinyatakan lengkap. Hal ini untuk membatasi sampel perusahaan

yang diambil, sehingga perusahaan sampel harus benar-benar konsisten dalam penyampaian laporan tahunannya ke publik.

3. Perusahaan tersebut memiliki bukti pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan semua informasi yang dibutuhkan untuk penelitian ini.

Adapun perusahaan yang terpilih sebagai sampel dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel III.1 berikut :

Tabel III.1
Nama Perusahaan Sampel

NO.	SAMPEL	Kode Perusahaan
1	PT. INDOFOOD SUKSES MAKMUR	INDF
2	PT. FASTFOOD INDONESIA	FAST
3	PT. AQUA GOLDEN MISSISSIPI	AQUA
4	PT. MAYORA INDAH	MYOR
5	PT. GUDANG GARAM	GGRM
6	PT. BENTOEL INTERNATIONAL INVESTAMA	RMBA
7	PT. SEPATU BATA	BATA
8	PT. ARGO PANTES	ARGO
9	PT. AKR CORPORINDO	AKRA
10	PT. LAUTAN LUAS	LTLS
11	PT. BERLINA	BRNA
12	PT. LANGGENG MAKMUR INDUSTRY	LMPI
13	PT. HOLCIM INDONESIA	SMCB
14	PT. INDOCEMENT TUNGGAL PERKASA	INTP
15	PT. ASTRA INTERNATIONAL	ASII
16	PT. HEXINDO ADIPERKASA	HEXA
17	PT. UNITED TRACTORS	UNTR
18	PT. KIMIA FARMA	KAEF
19	PT. KALBE FARMA	KLBF
20	PT. KEDAWUNG SETIA INDUSTRIAL	KDSI

Sumber : Data Olahan (ICMD 2009)

Perusahaan-perusahaan sampel diatas merupakan seleksi dari seluruh perusahaan manufaktur yang listing di BEI periode 2006-2008 dan telah memenuhi kriteria untuk penelitian ini.

Unit analisis merupakan tingkat agregasi data yang dianalisis dalam penelitian (Indriantoro dan Supomo, 2002:94). Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan (*annual report*) yang dipublikasikan oleh perusahaan sampel.

B. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data sekunder, yaitu laporan tahunan (*annual report*) perusahaan sampel termasuk catatan atas laporan keuangan pada tahun 2006-2008. Penggunaan sumber data lain yang mendukung tujuan penelitian juga digunakan seperti buku teks, artikel dan jurnal ilmiah.

Menurut Indriantoro dan Supomo (2002:147), data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data olahan yang berasal dari *Indonesian Capital Market Directory* BEI yang diterbitkan oleh *Institute for Economic and Financial Research* (ECFIN) tahun 2009. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan.

C. Pengukuran Variabel

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan variabel independen terdiri atas ukuran perusahaan dan struktur kepemilikan. Pengukuran variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dijelaskan dan dipengaruhi oleh variabel independen (Indriantoro dan Supomo, 2002:63). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) diidentifikasi berdasarkan komponen dari pengukuran kinerja dalam *sustainability reporting* yang dibuat oleh *Global Reporting Initiative* (GRI). Pengukuran tanggung jawab sosial perusahaan diukur dari pengungkapan informasi (CSR) dalam *annual report* perusahaan atau CSR Indeks (CSRI).

Kategori-kategori item CSR diadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996), yaitu Lingkungan, Energi, Tenaga Kerja, Produk, Keterlibatan Masyarakat, dan Umum. Hackston dan Milne menyebutkan 90 item pengungkapan dalam 7 kategori tersebut. Instrumen pengukuran CSRI yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang ditetapkan Bapepam No. VIII G 2 tentang laporan tahunan dan kesesuaian item tersebut untuk diaplikasikan di Indonesia. Berdasarkan peraturan Bapepam, 12 item

dihapuskan karena kurang sesuai untuk diterapkan dengan kondisi di Indonesia sehingga secara total tersisa 78 item pengungkapan. Instrumen ini telah digunakan sebagai alat ukur CSR oleh Sembiring (2003 dan 2005), Sitinjak (2008), Nesia (2008) dan Martini (2008). Instrumen ini dilampirkan pada Lampiran 1.

Dalam menentukan indeks pengungkapan digunakan teknik tabulasi untuk setiap perusahaan berdasarkan daftar atau checklist pengungkapan lingkungan. Skor 1 akan diberikan jika item diungkapkan dan diberikan skor 0 jika item tersebut tidak diungkapkan.

Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut (Sayekti dan Wondabio, 2007):

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

$CSRI_j$: Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan j.

n_j : Jumlah item untuk perusahaan j, $n_j = 78$

X_{ij} : 1 = jika item diungkapkan; 0 = jika item tidak diungkapkan

Dengan demikian, $0 < CSRI_j < 1$

2. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*, merupakan variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yanag lain (Indriantoro dan Supomo, 2002:63).

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Ukuran Perusahaan

Ada beberapa parameter yang dapat digunakan dalam menentukan ukuran besar kecilnya suatu perusahaan, yaitu (Andriani, 2008):

1. *Nilai kapitalisasi pasar* yaitu menggunakan nilai pasar saham perusahaan pada saat *closing price* pada akhir tahun.
2. *Jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan (Total assets)*

Menurut FASB dalam Concept Nomor 3 (Wahyuni, 2006) – *Elements of Financial Statement Business Enterprises* menyatakan aktiva adalah manfaat ekonomis di masa yang akan datang, yang diharapkan akan diterima oleh suatu badan usaha sebagai hasil dari transaksi-transaksi di masa lalu. Total asset dijadikan sebagai indikator dari ukuran perusahaan karena total asset mencerminkan besarnya sumber daya dan kekayaan yang dimiliki perusahaan. Semakin besar jumlah aset yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar pula ukuran perusahaannya.

Dalam penyajian di neraca, aktiva dibagi kedalam beberapa golongan, yaitu :

- a. Aktiva lancar (*Current Assets*), merupakan uang kas dan aktiva-aktiva lain atau sumber-sumber yang diharapkan akan direalisasi menjadi uang kas atau dijual atau dikonsumsi selama siklus usaha perusahaan yang normal. Elemen-elemen yang termasuk kedalam golongan aktiva lancar yaitu kas, surat-surat berharga yang merupakan investasi jangka pendek, piutang dagang maupun piutang wesel, perlengkapan kantor, dan lainnya.

- b. Investasi jangka panjang, merupakan aktiva tidak lancar yang didalamnya termasuk beberapa macam investasi yang dapat berbetun surat-surat berharga, penyisihan dana, dan investasi jangka panjang yang lain.
 - c. Aktiva tetap (*Fixed Assets*), merupakan aktiva berwujud yang digunakan dalam operasi perusahaan yang sifatnya permanen atau relatif tetap, serta mempunyai masa manfaat lebih dari satu tahun, misalnya tanah, bangunan, mesin, peralatan, dan sebagainya.
 - d. Aktiva tidak berwujud (*Intangible Assets*), meliputi hak-hak jangka panjang yang sifatnya tidak berwujud, misalnya *goodwill*, hak paten, merk dagang, hak cipta, dan lainnya.
 - e. Aktiva lain-lain, merupakan aktiva yang tidak dapat dimasukkan kedalam penggolongan aktiva lancar, aktiva tetap, aktiva tidak berwujud, maupun investasi. Misalnya, piutang jangka panjang, bangunan dalam pengerjaan, beban yang ditangguhkan, dan lainnya.
3. *Total penjualan*, meliputi banyaknya produk-produk yang berhasil dipasarkan baik didalam maupun di luar negeri. Perusahaan yang berukuran besar akan dapat menghasilkan produk-produk yang berkualitas dengan tingkat biaya yang rendah dibandingkan dengan perusahaan berukuran kecil.
4. *Net Sales*, merupakan hasil pengurangan dari penjualan dengan retur penjualan dan potongan penjualan.

Rumus :

$\text{Net Sales} = \text{Penjualan} - (\text{Retur penjualan} + \text{Potongan penjualan})$
--

5. *Jumlah tenaga kerja*

Tenaga kerja merupakan semua karyawan yang memberikan jasa kepada perusahaan. Supriyono (1999) didalam Andriani (2008) mengklasifikasikan tenaga kerja menjadi tiga golongan, yaitu :

- a. Tenaga kerja pabrik (produksi), berhubungan dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai yang siap untuk dijual, misalnya buruh pabrik.
- b. Tenaga kerja pemasaran, berhubungan dengan kegiatan pemasaran produk, misalnya bagian marketing.
- c. Tenaga kerja administrasi dan umum, berhubungan dengan kegiatan penentuan kebijaksanaan, pengarahan, dan pengawasan kepada perusahaan secara keseluruhan, misalnya supervisor.

Sembiring (2005) melakukan penelitian dengan menggunakan sampel perusahaan yang listing di BEJ seperti yang tercantum dalam *Indonesian Capital Market Direction* 2002. Dalam penelitiannya, Sembiring menggunakan variabel ukuran perusahaan yang dihubungkan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Untuk menentukan ukuran perusahaan, Sembiring menggunakan indikator jumlah tenaga kerja dan hasil penelitiannya menunjukkan adanya hubungan yang positif signifikan antara kedua variabel tersebut.

Andriani (2008) melakukan penelitian menggunakan variabel ukuran perusahaan dengan indikator *Total Assets* dan *Net Sales*. Ukuran perusahaan yang diwakili *Total Assets* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan

tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan yang diwakili *Net Sales* berpengaruh negatif signifikan.

Hidayat (2007) dan Nesia (2008) juga memasukkan variabel ukuran perusahaan kedalam penelitiannya dan sama-sama menggunakan *Total Assets*. Keduanya menemukan hubungan yang positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dari beberapa penelitian yang dijelaskan diatas, penulis memilih hanya menggunakan *Total Assets* sebagai indikator dari ukuran perusahaan, karena indikator tersebut lebih menggambarkan ukuran perusahaan dan telah banyak digunakan dalam penelitian.

b. Struktur Kepemilikan

Konsentrasi kepemilikan saham dalam penelitian ini diukur dengan persentase kepemilikan saham terbesar yang dimiliki oleh pihak manajemen.

Struktur kepemilikan diukur dengan persentase kepemilikan saham oleh pihak manajemen dalam persentase sesuai dengan tercantum dalam *Indonesian Capital Market Directory*. Hal ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana peran manajer didalam suatu perusahaan untuk mendukung kegiatan yang menyangkut kehidupan sosial. Menurut Mello dan Pearson (Faradilla, 2009) bahwa struktur kepemilikan sangat penting dalam menentukan nilai perusahaan. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan citra perusahaan meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut.

D. Uji Normalitas Data

Pengujian normalitas, untuk mengetahui apakah residualnya terdistribusi secara normal atau tidak. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan grafik apabila data menyebar disekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2001:110).

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk melihat normalitas data dapat dengan menggunakan grafik *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan yaitu :

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka asumsi normalitas terpenuhi.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka asumsi normalitas tidak terpenuhi.

E. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan betul-betul terbebas dari bias yang mengakibatkan hasil estimasi regresi tidak valid, dan akhirnya hasil regresi tersebut tidak dapat digunakan sebagai dasar untuk menguji hipotesis dan menarik kesimpulan. Uji ini juga untuk memastikan bahwa model yang diperoleh benar-benar memenuhi dasar dalam analisis regresi yang meliputi asumsi: tidak terjadi autokolerasi, tidak

terjadi multikolinearitas dan tidak terjadi heterokedastisitas. Asumsi klasik yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Uji Autokolerasi

Autokolerasi adalah korelasi yang terjadi antara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam rangkaian waktu (pada *time series data*) atau tersusun dalam rangkaian ruang (pada *cross section data*). Jika terjadi korelasi berarti terdapat problem autokorelasi (Ghozali 2001:95). Autokorelasi pada sebagian besar kasus ditemukan pada observasi yang menggunakan *time series data*. Konsekuensi dari adanya autokorelasi dalam suatu model regresi adalah varian sampel tidak dapat menggambarkan varian populasinya.

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi berarti terdapat *problem autokorelasi*. Pengujian terhadap *problem autokorelasi* dalam data yang dianalisis dilakukan dengan menggunakan *Durbin-Watson Test* sebagai berikut (Pratisto, 2005):

- a. Jika angka Durbin Watson (DW) dibawah -2 berarti terdapat autokorelasi positif.
- b. Jika angka Durbin Watson (DW) diantara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi.
- c. Jika angka Durbin Watson (DW) diatas +2, berarti terdapat autokorelasi negatif.

2. Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varian dari nilai residual penelitian. Untuk mendeteksi ada

tidaknya gangguan heterokedastisitas dapat dilihat melalui program diagram pencar (*Scatterplot*). Menurut Ghozali (2001:105), heterokedastisitas terjadi apabila titik-titik (*point-point*) membentuk pola tertentu seperti pola bergelombang, melebar kemudian menyempit. Sedangkan jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar maka tidak terjadi heterokedastisitas. Cara mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas adalah dengan melihat pola diagram pencar atau *scatterplots* (Pratisto, 2005):

- a. Jika diagram pencar yang ada membentuk pola-pola tertentu yang teratur, maka regresi mengalami gangguan heterokedastisitas.
- b. Jika diagram pencar tidak membentuk pola atau acak, maka regresi tidak mengalami gangguan heterokedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka terdapat problem multikolinearitas. Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Batasan sebuah variabel independen agar dapat dikatakan bebas dari multikolinearitas jika nilai $VIF < 10$ dan mempunyai nilai *tolerance* $> 0,1$ (Nugroho, 2005:58).

F. Pengujian Hipotesis

Hipotesis menyatakan hubungan yang diduga secara logis antara dua variabel atau lebih dalam rumusan proporsi yang dapat diuji secara empiris.

Pengujian hipotesis merupakan proses pembuatan keputusan menolak atau mendukung yang tidak bebas dari kemungkinan kesalahan. Hipotesis dikembangkan dari telaah dan teoritis atau literatur. (Indriantoro dan Supomo, 2002:74). Setelah mendapatkan model penelitian yang baik, maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis.

1. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji F. Uji simultan (Uji F) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independent yang dimasukkan dalam model penelitian mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Pratisto, 2005). Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah apakah ukuran perusahaan dan struktur kepemilikan berpengaruh secara sekaligus atau bersama-sama terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan manufaktur.

Pedoman yang digunakan untuk meneruma atau menolak hipotesis, yaitu :

- a. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai $p-value > level\ of\ significant$ (α), maka H_0 diterima atau H_a ditolak.
- b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai $p-value < level\ of\ significant$ (α), maka H_0 ditolak atau H_a diterima.

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 yang lazim digunakan dalam penelitian ilmu-ilmu sosial. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Sebaliknya, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka variabel bebas tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikatnya (sugiyono, 2003).

2. Uji signifikan secara parsial (Uji T) satu-persatu variabel yang diukur

Uji parsial dengan menggunakan *T-Test* dilakukan untuk menguji pengaruh masing-masing dari variabel bebas (independen) secara parsial terhadap variabel terikat (dependen). Uji T ini membandingkan T_{hitung} dengan T_{tabel} yaitu bila $T_{hitung} > T_{tabel}$ berarti variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

G. Analisis Data

Untuk menjawab masalah yang ada pada perumusan masalah, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data dan hasil perhitungan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Analisis ini dilakukan agar dapat memberikan gambaran mengenai besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Indriantoro dan Supomo, 2002). Analisis regresi dianggap tepat dalam pengujian ini karena analisis regresi tidak hanya menentukan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, serta menunjukkan arah dari pengaruh tersebut.

Formulasi yang dipakai untuk analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$CSR = \beta_0 + \beta_1 TA + \beta_2 OWN + \varepsilon$$

Dimana :

CSR = Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR)

β_0 = Konstanta

β_{1-2}	=	Koefisien regresi
TA	=	Jumlah asset perusahaan
OWN	=	Struktur Kepemilikan Perusahaan
ε	=	Kesalahan random (<i>error</i>)

Parameter persamaan regresi linier berganda dapat ditaksir dengan menggunakan metode kuadrat terkecil biasa (*Ordinary Least Square*) karena dalam model penelitian ini hanya terdapat satu variabel dependen dengan lebih dari satu variabel independen. Persamaan regresi linier berganda tersebut dapat menunjukkan arah koefisien regresi atas setiap variabel independen, positif atau negatif. Koefisien β akan bernilai (+) jika menunjukkan hubungan searah antara variabel dependen dengan variabel independen, artinya kenaikan variabel independen akan mengakibatkan kenaikan variabel dependen, begitu juga jika variabel independen mengalami penurunan maka akan mengakibatkan penurunan variabel dependen. Apabila β negatif (-) akan menunjukkan hubungan yang berlawanan. Artinya, kenaikan variabel independen akan mengakibatkan penurunan variabel dependen dan penurunan variabel independen akan mengakibatkan kenaikan variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Hasil Penelitian

Dari pengamatan terhadap laporan keuangan tahunan perusahaan sampel, bahwa perusahaan-perusahaan di Indonesia telah melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Pembahasan berikut ini menyajikan beberapa tema yang diungkapkan oleh perusahaan sampel. Tema pengungkapan tanggung jawab sosial masing-masing perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Tema Lingkungan

Tema lingkungan ini meliputi aspek lingkungan dari proses produksi, yang meliputi pengendalian polusi dalam kegiatan operasi yang dilakukan perusahaan. Perusahaan melakukan kegiatan produksi dengan cara yang aman terhadap lingkungan yang tidak mengakibatkan dampak berbahaya bagi lingkungan sekitar. Pernyataan dalam laporan tahunan yang merupakan pengungkapan tema lingkungan oleh perusahaan antara lain : pengendalian polusi dari kegiatan operasi, pengolahan limbah, menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan dan lain-lain. Kutipan pernyataan dalam laporan tahunan perusahaan tersebut dapat dilihat pada laporan tahunan PT. Lautan Luas Tbk tahun 2006 sebagai berikut :

“Pada tahun 2006 perusahaan mengadopsi program pemeliharaan yang mengutamakan kebersihan dan keteraturan lingkungan kerja didalam area pabrik dan ruang kerja. Program ini disebut 5S Kaizen yaitu Ringkas (*Sort*), Rapi (*Set in Order*), Resik (*Shine*), Rawat (*Standarized*), dan Rajin (*Sustain*) diadopsi dan

dirancang khusus dari salah satu manajemen perusahaan Jepang yang ternama untuk memperbaiki program pemeliharaan perusahaan. Dan pada tahun 2006 pula, anak perusahaannya yaitu PT. Indonesia Acids Industry Limited menerima penghargaan dari pemerintah DKI Jakarta untuk pabrik dengan manajemen pengolahan limbah industri terbaik.

Untuk mengurangi dampak industri kimia yang ditimbulkan pada lingkungan, maka Lautan Luas mengikuti prosedur Keselamatan, Kesehatan dan Lingkungan (SHE) merupakan hal krusial yang menjadi perhatian perusahaan dalam mengurangi potensi dari dampak tersebut. Beberapa anak perusahaan Lautan Luas mengikuti sertifikasi ISO 14001 yang berarti menjamin bahwa kegiatan operasional perusahaan akan meminimalisir dampak perusahaan terhadap lingkungan.”

2. Tema Energi

Tema Energi ini meliputi aspek menggunakan Energi sebaik mungkin. Pengungkapan tema energi ini membahas penggunaan energi, upaya perusahaan dalam mengurangi energi, serta kebijakan energi perusahaan. Kutipan pernyataan dalam laporan tahunan perusahaan dapat dilihat seperti pada laporan tahunan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk berikut :

“Kenaikan harga bahan bakar minyak pada akhir tahun 2005 mengakibatkan daya beli konsumen melemah. Di samping itu, harga bahan baku, biaya transportasi dan tenaga kerja juga meningkat. Hal tersebut mempengaruhi Perseroan di tahun 2006. Bisnis model perusahaan yang telah diperbaharui dirancang untuk dapat menghadapi konsep pasar yang penuh tantangan. Dengan

demikian perusahaan dapat memantau dan mengevaluasi hasil dari upaya-upaya perbaikan untuk dapat dilakukan penyempurnaan. Perusahaan juga berhasil menyempurnakan proses pengadaan barang dan proses produksi. Selain itu, juga berhasil mengurangi biaya produksi dengan menggunakan sumber energi alternatif, dengan memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi. Berbagai upaya tersebut berhasil mengendalikan kenaikan biaya, sehingga laba kotor tumbuh 17,1% menjadi Rp. 5,18 Triliun dan laba usaha meningkat 18,8% menjadi Rp. 1,98 Triliun.

Tantangan-tantangan akan senantiasa ada di tahun-tahun mendatang. Karenanya, PT. Indofood akan terus meningkatkan kemampuan untuk cepat tanggap dalam menghadapi perubahan pasar, mengoptimalkan efisiensi operasional dan memaksimalkan kinerja. Dengan landasan kokoh yang telah dibangun sepanjang tahun 2006 dan dukungan sumber daya manusia yang handal, kami secara dinamis akan melanjutkan upaya-upaya untuk mencapai *corporate excellence*.”

3. Tema Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja

Tema Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja ini meliputi dampak kesehatan dan keselamatan tenaga kerja yang ditimbulkan dari kegiatan berproduksi. Ini salah satu kepedulian perusahaan terhadap karyawannya. Beberapa pengungkapan tema kesehatan dan keselamatan tenaga kerja oleh perusahaan antara lain : mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja serta menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja. Kutipan

pernyataan dalam laporan tahunan perusahaan tersebut dapat dilihat seperti pada laporan tahunan PT. Holcim Indonesia Tbk tahun 2007 sebagai berikut :

“Holcim Indonesia mencetak sejarah tahun ini: Holcim menjadi perusahaan pertama di Indonesia yang memperoleh bendera emas SMK3 dari *Sucofindo International Certification Services* karena berhasil menerapkan standar keselamatan kerja di seluruh unit operasi. Pemeriksaan kesehatan dan rontgen dada dilakukan bagi setiap karyawan secara rutin 12 bulan sekali. Tujuan utamanya sekali lagi adalah pencegahan, karena karyawan diminta untuk bertanggung jawab terhadap kesehatan mereka dengan memeriksakan diri jika sakit serta melakukan tindakan pencegahan.

Selain itu, Holcim juga memperoleh penghargaan dari majalah *Business Review* sebagai perusahaan yang menerapkan Sistem Manajemen Keselamatan Kerja terbaik, dari 500 perusahaan yang disurvei. Dan bulan Desember, Holcim Ltd. melalui auditor independen memberikan penghargaan kepada Holcim Indonesia dengan status *Green Pyramid* untuk kesehatan dan keselamatan kerja sebagai tanda bahwa perusahaan telah menempatkan praktik-praktik terbaik dalam 19 elemen yang berbeda.”

4. Tema Ketenagakerjaan

Tema Ketenagakerjaan ini meliputi dampak aktivitas perusahaan pada orang-orang dalam perusahaan tersebut, mengingat tenaga kerja sangat menunjang kelangsungan hidup perusahaan, terutama bagi industri yang terus berproduksi. Pengungkapan tema ketenagakerjaan oleh perusahaan antara lain : pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja, jumlah tenaga kerja serta

kondisi kerja secara umum. Kutipan pernyataan dalam laporan tahunan perusahaan tersebut dapat dilihat pada laporan tahunan PT. Astra International Tbk sebagai berikut :

“Astra selalu menempatkan kualitas karyawannya sebagai hal yang penting dan berdasarkan itu, *Human Resources Development* (HRD) mengemban tugas untuk merekrut orang-orang yang tepat, mengembangkan karyawan, menyiapkan pemimpin masa depan, membangun budaya perusahaan dan mengelola perubahan dalam organisasi. HRD juga bertugas untuk memastikan bahwa Astra menjalankan kebijakan yang sepadan dengan praktek-praktek terbaik di dunia, serta mengembangkan dan menjalankan sistem yang tepat untuk meningkatkan kepuasan kerja karyawan, memacu produktifitas dan mengelola karyawan secara efektif.

Astra Management Development Institute (AMDI) telah merancang beragam program untuk melengkapi karyawan dengan keahlian yang diperlukan pada setiap tingkat manajemen, mulai dari *management trainee* dan *supervisor* sampai manajemen senior. Astra juga mendirikan Koperasi Astra International (KAI) bagi karyawan Astra. Tujuan utama KAI adalah memberikan fasilitas simpan pinjam karyawan, yang dapat dipergunakan untuk pembayaran uang muka kepemilikan rumah, biaya pendidikan, dan pembelian kendaraan bermotor. Selain fasilitas simpan pinjam, KAI juga menyediakan beasiswa kepada putra-putri anggotanya.”

5. Tema Produk

Tema Produk merupakan tema yang paling sering dilaporkan perusahaan pada laporan keuangannya. Kepedulian terhadap tema produk menjadi bagian dari pengungkapan sosial perusahaan. Pernyataan pengungkapan tema produk yang diungkapkan oleh perusahaan antara lain :

“Produk unggulan Perseroan, *Colonel’s Original Recipe* dan *Hot & Crispy* tetap merupakan ayam goreng paling lezat berdasarkan survei-survei konsumen yang dilakukan di Indonesia. Dapat dipahami jika produk unggulan KFC berkualitas tinggi ini diterima baik di Indonesia. Melalui kegiatan riset per kwartal yang dikelola oleh sebuah perusahaan survei yang disebut dengan *Brand Image Tracking Study* (BITS) dan *Customer Experience Monitoring* (CEM), Perseroan dapat memonitor posisi KFC di pasar secara keseluruhan terhadap KFC *Brand*, menilai kembali masukan dan fasilitas restoran di KFC. BITS adalah kegiatan riset untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap KFC *Brand* dibandingkan dengan salah satu *brand* utama dalam kompetisi.” (PT. Fast Food Indonesia Tbk : *annual report, 2006*).”

6. Tema Keterlibatan Masyarakat

Tema Keterlibatan Masyarakat ini meliputi aktivitas kemasyarakatan yang diikuti oleh perusahaan, misalnya aktivitas yang terkait dengan kesehatan, pendidikan dan seni, serta pengungkapan aktivitas kemasyarakatan lainnya, baik itu hubungan secara langsung maupun hubungan tidak langsung. Beberapa pernyataan dalam laporan keuangan tahunan yang merupakan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan antara lain : membuka fasilitas perusahaan

untuk masyarakat, membiayai program beasiswa dan lain-lain. Kutipan pernyataan dalam laporan tahunan perusahaan tersebut dapat dilihat seperti pada laporan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk sebagai berikut :

“Berbagai program sosial juga telah dilaksanakan oleh Indofood. Program Tanggung Jawab Sosial Indofood yang didasarkan pada keterlibatan aktif dalam komunitas dan kemitraan telah merajut hubungan baik hingga ke lingkungan dimana kelompok lapisan masyarakat yang membutuhkan berada. Beberapa program yang telah dilakukan oleh Indofood yaitu program penanggulangan bencana, program pendidikan, dan program kesehatan berupa menggiatkan kembali Program Revitalisasi Posyandu di daerah tertentu di pulau Jawa.

Dengan adanya berbagai bencana alam selama dua tahun terakhir, Program Tanggung Jawab Sosial Indofood selain pada bidang kesehatan dan pendidikan yang selama ini telah berjalan, saat ini juga meliputi bidang Penanggulangan Darurat Bencana. Program Tanggung Jawab Sosial Indofood yang didasarkan pada keterlibatan aktif dalam komunitas dan kemitraan telah merajut hubungan baik hingga ke lingkungan dimana kelompok lapisan masyarakat yang membutuhkan berada. Disamping itu, jaringan distribusi kami yang luas, memungkinkan Indofood menjangkau daerah-daerah yang sulit dicapai, sehingga kami dapat memberikan bantuan secara cepat bagi para pengungsi korban gempa bumi, banjir, dan tanah longsor.” (*Annual Report, 2007*).

7. Tema Umum

Tema umum ini meliputi tujuan atau kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat dan segala informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan dalam tema-tema sebelumnya. Pernyataan yang menunjukkan pengungkapan tema umum perusahaan, antara lain :

“Dalam memilih pemasok, Perseroan melakukan proses seleksi yang baku dengan mempertimbangkan aspek-aspek *Quality, Cost, Delivery, Safety, Moral* dan *Environment* (QCDSME). Setelah melewati proses seleksi, maka pemasok akan dimasukkan dalam daftar pemasok. Dalam hal penerapan prinsip diatas, perusahaan juga membentuk Komite Pembelian dan Investasi (KPNI) yang bertugas memantau dan mengevaluasi kegiatan investasi perusahaan serta kelayakan *vendor* atau pemasok yang terkait.” (PT. United Tractors Tbk : 2007).

B. Statistik Deskriptif Variabel

Analisa data dilakukan terhadap 20 sampel yang terpilih selama tiga tahun pengamatan. Pengolahan dilakukan terhadap indeks pengungkapan sosial perusahaan didalam *annual report*. Statistik Deskriptif yang mengungkapkan mean (rata-rata indeks) dan deviasi standar dari masing-masing variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel IV. I berikut :

Tabel IV. I : Descriptive Statistics

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	60	.10	.62	.3578	.09860
SIZE	60	271461	80740000	8866346.37	1.597E7
OWNER	60	17.78	93.60	56.4132	18.83363
Valid N (listwise)	60				

Keterangan :

CSR : Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

SIZE : Ukuran Perusahaan (Total Asset)

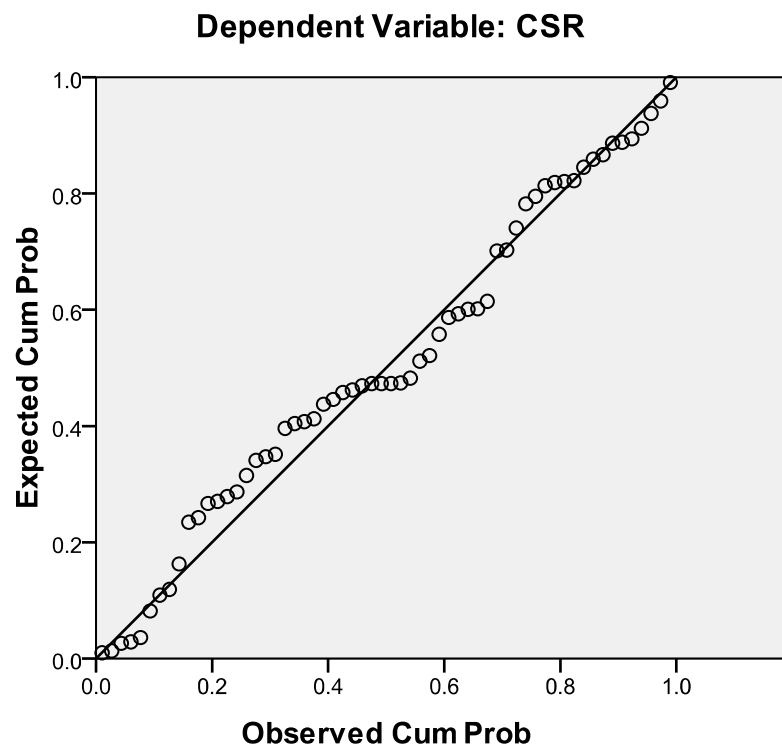
OWNER : Jumlah kepemilikan (Internal)

Dari tabel IV.1 diatas dapat diketahui bahwa nilai maksimum variabel CSR, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Kepemilikan sebesar 0.62, 80740000, dan 93.60. Sedangkan nilai minimum variabel CSR, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Kepemilikan sebesar 0.10, 271461, dan 17.78. Nilai mean variabel CSR, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Kepemilikan sebesar 0.3578, 8866346.37 dan 56.4132.

C. Metode Analisis Data

1. Uji Normalitas Data

Normalisasi distribusi pada penelitian ini dapat dilihat dari *Normal Probability plot*. Jika data menyebar disekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2001: 112). *Normal Probability Plot* pada penelitian ini tampak pada gambar IV. 1 berikut :

Gambar IV. 1**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**

Berdasarkan Gambar IV.1 diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa penyebaran data mendekati normal atau memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu (*error*) pada periode t

dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (periode sebelumnya). Pengujian autokorelasi pada penelitian ini menggunakan statistik uji *Durbin Watson* (DW) karena pendekatan dari *Durbin Watson* sering digunakan untuk menguji apakah terjadi autokorelasi pada variabel independen. Batasan tidak terjadinya autokorelasi adalah angka DW berada diantara -2 sampai +2 (Santoso, 2004:218 did alam Hidayat, 2007). Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka diperoleh nilai *Durbin Watson* sebesar 1.469.

Untuk melihat ada tidaknya autokorelasi pada model, dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel IV.2

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.405 ^a	.164	.135	.09172	1.469

a. Predictors: (Constant), OWNER, SIZE

b. Dependent Variable: CSR

Dari tabel IV.2 diatas diperoleh nilai *Durbin Watson* sebesar 1.469 ($-2 < 1.469 < +2$). Berarti dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi yang digunakan bebas dari autokorelasi.

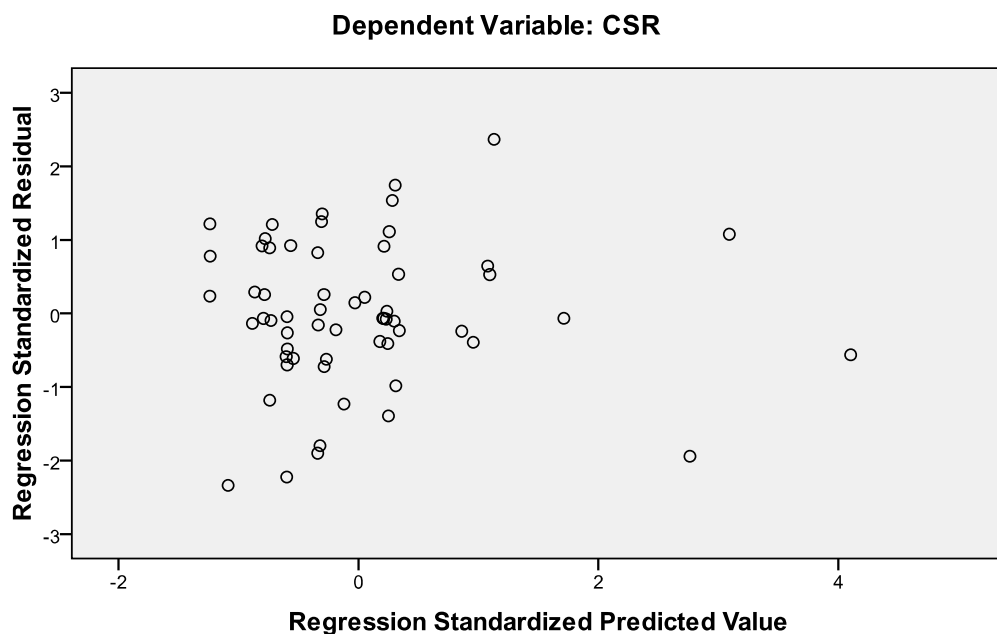
b. Uji Heterokedastisitas

Pengujian adanya heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan *Scatterplot* yang diperoleh dengan bantuan *software* SPSS versi 17.0. Menurut Ghozali (2001:105), heterokedastisitas terjadi apabila titik-titik (point-point)

membentuk pola tertentu seperti pola bergelombang, melebar, kemudian menyempit. Sedangkan jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar maka tidak terjadi heterokedastisitas. *Scatterplot* dapat dilihat pada Gambar IV.2 berikut :

Gambar IV.2

Scatterplot



Berdasarkan grafik diatas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari heterokedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika ada, maka terdapat

multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat autokorelasi diantara variabel independen. Dengan menggunakan bantuan *Software SPSS 17.0*, deteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Batasan sebuah variabel independen agar dapat dikatakan bebas dari multikolinearitas jika nilai $VIF < 10$ dan mempunyai nilai $tolerance > 0.1$ (Nugroho, 2005:58). Nilai *tolerance* dan VIF dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel IV.3 berikut ini :

Tabel IV.3
Nilai VIF dan *Tolerance*

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Ukuran Perusahaan	1,000	1,000	Bebas Multikolinearitas
Struktur Kepemilikan	1,000	1,000	Bebas Multikolinearitas

Sumber : Data Olahan

Dilihat dari analisis pada tabel diatas, diperoleh hasil variabel-variabel yang digunakan mempunyai nilai VIF yang lebih kecil dari nilai teoritis 10 dan nilai *tolerance* dari dari masing-masing variabel independen lebih besar dari 0.1. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut bebas dari multikolinearitas.

D. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi dianggap tepat dalam pengujian ini karena analisis regresi tidak hanya menentukan besarnya pengaruh variabel Independen, tetapi juga menunjukkan arah dari pengaruh tersebut. Ringkasan hasil pengujian dengan bantuan *software SPSS (Statistical Product and Service Solution)* veri 17.0. Analisis regresi dilakukan dengan menggunakan metode *enter* yaitu metode

analisis dimana semua variabel bebas dimasukkan sebagai variabel prediktor tanpa memandang apakah variabel tersebut berpengaruh besar atau kecil pada variabel bergantung (Prastio, 2004:114). Hasil regresi dapat dilihat pada Tabel IV.4 berikut:

Tabel IV.4
Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients (B)	t _{hitung}	Sig.	t _{tabel}
1 (Constant)	.293	7.643	.000	
SIZE	2.347	3.139	.003	1,675
OWNER	.001	1.218	.228	1,675

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan hasil analisis regresi pada Tabel IV.4 diatas, dapat dibuat persamaan regresi untuk model penelitian sebagai berikut :

$$\text{CSR} = 0,293 + 2,347 \text{ TA} + 0,001 \text{ OWN} + \varepsilon$$

Persamaan diatas dapat diartikan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 0,293 menyatakan, bahwa jika variabel independen tetap maka variabel dependen adalah sebesar 0,293.
2. Harga koefisien $b_1 = 2,347$, berarti bahwa apabila nilai ukuran perusahaan mengalami kenaikan 1 poin sedangkan variabel independen lainnya dianggap tetap, maka variabel dependen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 2,347.

3. Harga koefisien $b_2 = 0,001$, berarti bahwa apabila nilai struktur kepemilikan mengalami kenaikan 1 poin sedangkan variabel independen lainnya dianggap tetap, maka variabel dependen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,001.

E. Uji Hipotesis dan Pembahasan

Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Uji t. Uji t dilakukan untuk pengujian hipotesis secara parsial, yaitu untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka h_0 diterima dan h_a ditolak, ini berarti bahwa variabel dependen secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka h_0 ditolak dan h_a diterima, artinya secara individual variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen akan dijelaskan satu persatu sebagai berikut :

1. Hasil Uji Parsial (Uji T)

a. Pengujian hipotesis pertama

H_1 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Variabel ini mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 2,347. Tanda positif pada koefisien regresi ini menunjukkan arah hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini berarti semakin besar ukuran perusahaan, semakin banyak pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Sedangkan dari kolom *significant* diperoleh nilai 0,000. Angka ini lebih kecil dari α yang digunakan, yakni 0,05. Hal ini berarti bahwa ukuran perusahaan signifikan pada level signifikansi 5%. Untuk uji t diperoleh hasil sebagai berikut :

t_{hitung} sebesar 3,139

t_{tabel} sebesar 1,675

$t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_1 diterima.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga H_1 dapat diterima. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat, 2007), dengan argumentasi bahwa semakin banyak jumlah aktiva perusahaan, maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat oleh perusahaan. Dan hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial seperti Faradilla (2010), Sembiring (2005), Hidayat (2007), Martini (2008), Andriani (2008), dan Nesia (2008). Semua penelitian ini secara umum menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat oleh perusahaan tersebut semakin luas.

b. Pengujian hipotesis kedua

H₂ : Struktur kepemilikan (*ownership structure*) berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Variabel ini mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,001. Ini menunjukkan arah hubungan yang positif antara struktur kepemilikan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan dari kolom *significant* diperoleh nilai 0,228. Angka ini lebih besar dari α yang digunakan, yakni 0,05. Hal ini berarti bahwa Struktur Kepemilikan tidak signifikan pada level signifikansi 5%. Sedangkan dari uji t diperoleh hasil :

t_{hitung} sebesar 1.218

t_{tabel} sebesar 1,675

$t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H₁ ditolak.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel struktur kepemilikan yang dimiliki oleh pihak dalam tidak signifikan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penolakan terhadap hipotesis ini disebabkan karena manajemen kurang kontrol terhadap kondisi lingkungan sekitar. Berbeda dengan pemilik dari pihak luar, yang lebih memahami kondisi sosial sekitar perusahaan, sehingga akan terus memenuhi kebutuhan sosial sekitar perusahaan tersebut. Dengan kata lain, apabila perusahaan memiliki kontrak dengan *foreign stakeholders* baik dalam *ownership* dan *trade*, maka perusahaan akan lebih didukung dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan dengan kepemilikan asing melihat keuntungan legitimasi berasal

dari para stakeholdernya dimana secara tipikal berdasarkan pasar tempat beroperasi yang dapat memberikan eksistensi yang tinggi dalam jangka panjang. Ramathan (1976), didalam Nazar (2008).

Penelitian Tanimoto dan Suzuki (2005) membuktikan bahwa kepemilikan asing pada perusahaan publik di Jepang menjadi faktor pendorong terhadap adopsi GRI dalam pengungkapan tanggung jawab sosial. Tingkat kepemilikan asing yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor asing sehingga dapat menghalangi perilaku *opportunistic* manajer (Arif, 2006). Hal senada juga dikemukakan oleh Shleifer and Vishny (1986) dalam Faradilla (2009) bahwa institutional shareholders, dengan kepemilikan saham yang besar, memiliki insentif untuk memantau pengambilan keputusan perusahaan.

2. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap dependen atau terikat. Untuk membuktikan hal tersebut, maka dilakukan uji F.

Tabel IV.5

UJI F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.094	2	.047	5.590	.006 ^a
	Residual	.480	57	.008		
	Total	.574	59			

a. Predictors: (Constant), OWNER, SIZE

b. Dependent Variable: CSR

Hasil uji statistik ini akan berpengaruh jika $F_{hitung} > F_{tabel}$. Dari hasil perhitungan yang dapat dilihat pada tabel anova diperoleh F_{hitung} sebesar 5,590 sedangkan F_{tabel} sebesar 4,001 dengan nilai signifikansi probabilitas sebesar 0,006 berada di atas 0,05. Maka model regresi menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan struktur kepemilikan secara bersama-sama berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

3. Koefisien Determinasi

Tabel IV.6

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.405 ^a	.164	.135	.09172	1.469

a. Predictors: (Constant), OWNER, SIZE

b. Dependent Variable: CSR

Dari hasil regresi diperoleh nilai R_{square} sebesar 0,164. Angka tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi sebesar 16,4%. Sedangkan sisanya, yaitu sebesar 83,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak teramati dalam penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh ukuran perusahaan dan struktur kepemilikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sampel yang digunakan adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2006-2008 seperti tercantum dalam *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) 2009, dan memenuhi kriteria-kriteria pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Sedangkan unit analisisnya adalah laporan tahunan (*Annual Report*) yang dilakukan oleh perusahaan sampel.

Hasil evaluasi terhadap model penelitian dan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Normalitas distribusi data yang digunakan dalam penelitian ini dilihat dengan *normal probability plot* yang menunjukkan bahwa distribusi data adalah normal, sehingga persyaratan normalitas terpenuhi.
2. Berdasarkan nilai R_{square} menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi sebesar 16,4%. Sedangkan sisanya, yaitu 83,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak teramati dalam penelitian ini.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis 1 ditemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari koefisien regresi sebesar 2,347 dan nilai signifikansi sebesar 0,003. Ini berarti bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada *level of significant* 0,05, sehingga H_1 dapat diterima. Penelitian ini berhasil mendapatkan bukti empiris bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini juga mendukung hasil penelitian sebelumnya berkaitan dengan pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan seperti Sembiring (2005), Hidayat (2007), Martini (2008), Andriani (2008), Nesia (2008), dan Faradilla (2009). Semua penelitian ini secara umum menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat cenderung semakin luas.

4. Berdasarkan pengujian hipotesis 2 ditemukan bahwa struktur kepemilikan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari t_{hitung} sebesar 1,218 yang menunjukkan angka lebih kecil dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 1,675 pada nilai signifikansi sebesar 0,228. Hal ini menunjukkan bahwa struktur kepemilikan tidak signifikan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian ini tidak berhasil mendapatkan bukti empiris, bahwa struktur kepemilikan yang dimiliki oleh pihak manajemen berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penolakan terhadap hipotesis ini disebabkan karena manajemen kurang kontrol terhadap kondisi

lingkungan sekitar. Berbeda dengan pemilik dari pihak luar, yang lebih memahami kondisi sosial sekitar perusahaan, sehingga akan terus memenuhi kebutuhan sosial sekitar perusahaan tersebut. Tingkat kepemilikan asing yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor asing sehingga dapat menghalangi perilaku *opportunistic* manajer (Arif, 2006) didalam Hidayat (2007).

5. Berdasarkan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dapat ditemukan bahwa perusahaan yang paling banyak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah PT. Indofood Sukses Makmur Tbk sebesar 48 item pada tahun 2007 dengan index pengungkapan sebesar 0,62. Kemudian disusul oleh PT. Astra International Tbk sebesar 45 item pada tahun 2007 dengan index pengungkapan sebesar 0,58.
6. Berdasarkan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat ditemukan bahwa perusahaan yang paling sedikit melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah PT. Bentoel International Investama Tbk pada tahun 2006 sebesar 0,10 dengan jumlah pengungkapan sebesar 8 item.

B. SARAN

Peneliti sadar bahwa terdapat banyak keterbatasan-keterbatasan yang ada didalam penelitian ini, antara lain :

1. Jumlah sampel yang menjadi objek penelitian ini masih terlalu sedikit dibandingkan dengan populasinya, sehingga gambaran umum hasil penelitian

ini tidak mempresentasikan keadaan yang secara umum di Bursa Efek Indonesia.

2. Pada saat penelitian, mungkin melewatkan beberapa informasi didalam laporan tahunan perusahaan sampel yang seharusnya ikut dimasukkan dalam perhitungan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Terdapat beberapa faktor lain yang mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang tidak tercakup didalam penelitian ini, sehingga diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat memasukkan faktor-faktor lain yang lebih berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan keterbatasan yang telah disadari oleh peneliti, maka disarankan untuk penelitian atau studi mendatang hendaknya :

1. Pada penelitian selanjutnya, hendaknya sampel yang digunakan diperluas, sehingga dapat mencerminkan gambaran umum keadaan perusahaan manufaktur yang listing di pasar modal.
2. Lebih teliti dalam membaca informasi dalam laporan tahunan perusahaan sampel sehingga tidak ada informasi yang terlewatkan yang nantinya akan dimasukkan dalam perhitungan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Al Qur'an, Al-Baqarah, Ayat 11.

Al Qur'an, Al-Baqarah, Ayat 188.

Al Qur'an, Al-A'raf, Ayat 85.

Al Qur'an, Al-Hadiid, Ayat 18.

Al Qur'an, An-Nisaa', Ayat 29.

Andriani, Meiliana, 2008. *Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Kinerja Keuangan Terhadap Pengungkapan Informasi Lingkungan Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Yang Rawan Lingkungan*. Skripsi UNRI Pekanbaru.

Anggraini, Reni Retno, 2006. *Pengungkapan Informasi Sosial Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan : Studi Empiris Pada Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar Di BEJ*. Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang.

Belkaoui, Ahmed and Philip G. Karpik, 2002 *Determinant Of The Corporate Decision To Disclose Social Information*. Accounting, Auditing And Accountability Journal. Vol.4

Cunningham, Stacey. 2000. *Theoretical Perspectives Of Corporate Environmental Disclosures In Annual Reports*. Central queensland University.

Daniri, 2008. *Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Diakses pada www.madani-ri.com

Ekkyanshah. 2008. *Membangun Program CSR Yang Seimbang*. Akuntan Indonesia. Edisi no. 12, tahun II, hal. 33-35.

Faradilla, 2009. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing di BEI*. Skripsi UNRI Pekanbaru.

Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi ketiga. Badan penerbit universitas diponegoro : Semarang.

Hendriksen, Eldon S. 2003. *Teori akuntansi. Edisi keempat*. Penerbit Erlangga : Jakarta.

- Hidayat, Bambang. 2007. *Pengaruh Size, Profitabilitas, Profile Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Skripsi UNRI, Pekanbaru.
- Indriantoro, Nur dan Supomo. 2002. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. BPFE : Yogyakarta.
- Irawati, Susan. 2006. *Manajemen Keuangan*. Pustaka : bandung.
- Lestari, Chinta. 2006. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Jenis Perusahaan, Tingkat Profitabilitas, Ukuran KAP, Opini Audit Dan Status Perusahaan Induk/Anak Terhadap Audit Delay (Study Empiris Pada Perusahaan Publik Yang Listing Di BEJ)*. Skripsi UNRI, Pekanbaru.
- Martini, Herlia. 2008. *Pengaruh Environmental Performance Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan-Perusahaan Di Indonesia*. Skripsi UNRI, Pekanbaru.
- Mirfazli, Edwin dan Nurdiono. 2007. *Evaluasi Pengungkapan Informasi Pertanggung Jawaban Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan Dalam Kelompok Aneka Industri Yang Go Publik Di BEJ*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan. Vol. 12.
- Nazaar, Shinta Ningtiyas. 2008. *Analisis Pengaruh Penerapan Laporan Informasi Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial Terhadap Market Performance Perusahaan Manufaktur di BEJ*. Skripsi UNRI, Pekanbaru.
- Nesia, Ruth. 2008. *Pengaruh Economic Performance Dan Political Visibility Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Skripsi UNRI, Pekanbaru.
- Nugroho, Bhuono. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*. Edisi I. penerbit Andi : Yogyakarta.
- Pratisto, arif. 2004. *Cara Mudah Mengatasi Masalah Statistik Dan Rancangan Percobaan Dengan SPSS 12*. Penerbit PT. Elex Media Komputindo : Jakarta.
- Satyo. 2005. *Pedoman GRI. Media Akuntansi*. Edisi 47/Tahun XII.
- Sayekti, Yosefa Dan Ludovicus Sensi Wondabio. 2007. *Pengaruh CSR Disclosures Terhadap Earning Respons Coefficient (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta)*. Simposium Nasional Akuntansi X, Makassar.

Sembiring, Eddi Rismanda. 2003. *Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan Pada Hutang dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Simposium Nasional Akuntansi VI, Surabaya.

Siahaan, Joice fernando, 2009. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kinerja Ekonomi, Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Perbankan Yang Listing di BEI*. Skripsi UNRI Pekanbaru.

Sitinjak, Eli Meiliana BR. 2008. *Pengaruh Indikator Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Skripsi UNRI, Pekanbaru.

Wahyu Agung, 2010, *Panduan SPSS 17.0 Untuk Mengolah Penelitian Kuantitatif*, Garailmu, Jogjakarta.

Wahyuni, Rizka. 2006. *Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan, Dan Jumlah Saham Tercatat Terhadap Likuiditas Saham Perusahaan Kelompok LQ 45 Yang Listing Di Bursa Efek Jakarta*. Skripsi UNRI, Pekanbaru.

www.idx.co.id

Zuhroh, Diana Dan I Putu Pande Heri Sukmawati. 2003. *Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Terhadap Reaksi INVESTOR (Studi Kasus Pada Perusahaan-Perusahaan High Profile Di BEJ)*. Simposium Nasional Akuntansi VI, Surabaya.

Zulmi, Nizar. 2008. *Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Tingkat Leverage Dan Tingkat Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Informasi Lingkungan*. Skripsi UNRI, pekanbaru.

_____. 2005. *Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta*. Simposium Nasional Akuntansi VII, Solo.

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel II.1 Indikator Kinerja	22
Tabel III.1 Nama Perusahaan Sampel.....	35
Tabel IV.1 Descriptive Statistics.....	57
Tabel IV.2 Model Summary ^b	59
Tabel IV.3 Nilai VIF dan <i>Tolerance</i>	61
Tabel IV.4 Hasil Regresi Linier Berganda.....	62
Tabel IV.5 Uji F.....	66
Tabel IV.6 Koefisien Determinasi	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Model Penelitian	33
Gambar IV.1 Normal P-P Plot	58
Gambar IV.2 Scatterplot	60